

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

**MAESTRIA EN COMERCIO
INTERNACIONAL**



**BRASIL: PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES**

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

TUTOR Dr. JORGE COLATRUGLIO

AUTOR FRANCISCO JAVIER GONZÁLEZ

ABSTRACT

A lo largo de la historia los países de América Latina han intentado desarrollar sus economías desde que lograron su independencia del poder colonial, persiguiendo un mejor nivel de vida para la población, fines políticos, estratégicos, etc, y conseguir así una mejor posición frente a las naciones del planeta. El nivel de desarrollo económico alcanzado ha sido muy diferente en los distintos países, como también los sectores de la economía desarrollados más intensivamente.

Dentro de los países Latinoamericanos, Brasil es el más grande de todos y actualmente se perfila como una potencia económica en la región.

Dentro de las estrategias que lleva adelante el Estado Brasileño para desarrollar su economía es un agresivo programa de Promoción de Exportaciones.

La Promoción de Exportaciones como estrategia de desarrollo económico, significa producir bienes para ser comercializados en el exterior y la consecuente entrada de divisas al país. Esto genera efectos económicos muy importantes como aumento del empleo, de la recaudación fiscal, la abundancia de divisas disminuye el costo del dinero y fomenta la inversión, mejora la balanza comercial, mejora la renta, aumenta el consumo, y en general el bienestar del país.

Podemos encontrar en Brasil dos organismos oficiales vinculados a la Promoción de Exportaciones, por un lado el Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas, SEBRAE, y por el otro el Servicio Social Autónomo Agencia de Promoción de Exportaciones de Brasil, APEX-BRASIL. Paralelamente existen otros organismos oficiales del Gobierno Federal que brindan distintos servicios de apoyo a la promoción de exportaciones en el país tales como instituciones financieras, ministerios, el servicio exterior brasileño, correos, etc. También existen políticas de promoción de exportaciones desarrolladas por los Gobiernos Estaduales, tema que excede el alcance del presente trabajo, el cual se limita a las políticas desarrolladas por el Gobierno Federal y en especial a las acciones del SEBRAE y de APEX-BRASIL.

A través de estos organismos Brasil realiza una agresiva promoción de exportaciones, presumiblemente con el propósito de lograr el desarrollo económico suficiente que lo convierta en una potencia económica dominante en la región.

INDICE

I	INDICADORES ECONÓMICOS DE BRASIL	1
II	OBJETIVOS	2
III	PROBLEMAS DE ESTUDIO	3
1	EL SERVICIO BRASILEÑO DE APOYO A LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, SEBRAE.	3
1,1	ANTECEDENTES	3
1,2	ÁMBITO DE ACTUACIÓN	5
1,3	OBJETIVOS INSTITUCIONALES	6
1,4	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EL SEBRAE Y EL SISTEMA SEBRAE	6
1,5	LOS PRINCIPIOS SISTÉMICOS	7
1,6	LOS ASOCIADOS FUNDADORES	9
1,6,1	Asociación Nacional de Investigación y Desarrollo de Empresas Innovadoras	9
1,6,2	Asociación Nacional de Entidades Promotoras de Emprendimientos de Tecnología Avanzada	10
1,6,3	Confederación de las Asociaciones Comerciales y Empresarias de Brasil	10
1,6,4	Confederación de Agricultura y Pecuaria de Brasil	11
1,6,5	Confederación Nacional de Comercio	11
1,6,6	Confederación Nacional de la Industria	11
1,6,7	Asociación Brasileña de Instituciones Financieras de Desarrollo	12
1,6,8	Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social	12
1,6,9	Caja Económica Federal	15
1,6,10	Financiera de Estudios y Proyectos	15
1,6,11	Ministerio de Desarrollo Industria y Comercio Exterior	16
1,6,12	Asociación Brasileña de los SEBRAE Estaduales	18
1,6,13	Banco de Brasil	18
1,6,13,1	Adelantamiento Sobre Contrato de Cambio	18
1,6,13,2	Anticipo del Contrato de Exportación	18
1,6,13,3	Pre-Pago de Exportaciones	19
1,6,13,4	Proger Exportación	19
1,6,13,5	Programa de Financiamiento a las Exportaciones	19
1,6,13,6	Garantías Internacionales	20
1,6,13,7	Consultoría en Negocios Internacionales	21
1,6,13,8	Capacitación, Programa de Entrenamiento en Negocios Internacionales	22
1,6,13,9	Programa de Generación de Negocios Internacionales	22
1,6,13,10	Sala Virtual de Negocios Internacionales	23
1,6,13,11	Balcón de Comercio Exterior	23
1,7	DERECHOS Y DEBERES DE LOS ASOCIADOS	24
1,8	LOS ORGANOS DIRECTIVOS	24
1,8,1	El Consejo Deliberativo Nacional CDN.	24
1,8,1,1	Atribuciones	25
1,8,1,2	Funcionamiento del Consejo Deliberativo Nacional	29
1,8,1,3	El Presidente del Consejo Deliberativo Nacional	31
1,8,2	El Consejo Fiscal	32
1,8,3	La Dirección Ejecutiva	33
1,8,3,1	Composición	35
1,8,3,2	Funcionamiento	35

1,9	UNIDADES DE NEGOCIOS Y DE GESTIÓN	36
1,9,1	Unidad de Educación	36
1,9,2	Unidad de Acceso a Servicios Financieros	37
1,9,3	Unidad de Políticas Públicas	38
1,9,4	Unidad de Desarrollo Local	39
1,9,5	Unidad de Acceso a Mercados	40
1,9,6	Unidad de Orientación Empresarial	41
1,9,7	Unidad de Desarrollo Sectorial	42
1,9,8	Unidad de Innovación y Acceso a la Tecnología	43
1,9,9	Unidad de Estrategias y Directrices	44
1,9,9,1	Laboratorios	45
1,9,9,2	Observatorio	45
1,9,9,3	Investigación	47
1,9,9,4	Acompañamiento	47
1,9,9,5	Planeamiento	47
1,9,9,6	Gestión del Conocimiento	48
1,9,10	Unidad de Calidad de Equipos	49
1,9,11	Unidad de Administración y Finanzas	50
1,9,12	Unidad de Marketing y Comunicación	51
1,9,13	Unidad de Gestión Presupuestaria	53
1,9,14	Asesoría de Asuntos Legislativos	55
1,9,15	Unidad de Auditoría	56
1,9,16	Asesoría Jurídica	57
1,9,17	Asesoría de Asuntos Internacionales	57
1,10	PROGRAMAS DE TRABAJO DEL SEBRAE	59
1,10,1	Programa de Desarrollo Local Integrado y Sustentable	59
1,10,2	Programa de Desarrollo Empleo y Renta	60
1,10,3	Programa Líder Ciudadano	61
1,10,4	Programa Campaña Prefectos	61
1,10,5	Programa SEBRAE de Gestión Ambiental	62
1,10,6	Programa Emprender	62
1,10,7	Programa Técnico Emprendedor	63
1,10,8	Programa de Incubadoras	63
1,10,9	Programa de Apoyo Tecnológico a las Micro y Pequeñas Empresas, PATME	63
1,10,10	Programa Uso de Poder de Compra	64
1,10,11	Programa de Acceso al Crédito	64
1,11	LUCHA CONTRA LA BUROCRACIA	67
1,12	PROMOCIÓN EN EL EXTERIOR	68
1,13	EL DIRECTOR PRESIDENTE	69
1,14	LOS DIRECTORES	70
1,15	PATRIMONIO DEL SEBRAE	71
1,16	RECURSOS	72
1,17	LOS RENDIMIENTOS Y EL RÉGIMEN FINANCIERO	72
1,18	RESPONSABILIDAD DE LOS FUNCIONARIOS	73
2	SERVICIO SOCIAL AUTÓNOMO AGENCIA DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES DE BRASIL, APEX BRASIL	74
2,1	ANTECEDENTES	74
2,2	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL ORGANISMO	75
2,3	COMPETENCIAS	75
2,4	OBJETIVOS	76
2,5	PLAN ESTRATÉGICO	76

2,6	ACCIONES	76
2,7	ESTRUCTURA DE DIRECCIÓN	78
2,7,1	El Consejo Deliberativo	79
2,7,1,1	Composición	79
1,7,2	El Consejo Fiscal	80
2,7,2,1	Composición	81
2,7,3	La Dirección Ejecutiva	81
2,7,3,1	Composición	82
2,8	EL CONTRATO DE GESTIÓN	82
2,8,1	Contenido	83
2,8,2	Informe de Gestión	84
2,9	COOPERACIÓN CON EL SEBRAE	85
3	OTROS ORGANISMOS VINCULADOS A LA PROMOCIÓN DE EXORTACIONES	85
3,1	Ministerio de Relaciones Exteriores, Brasil Trade Net	85
1,3,1	Departamento de Promoción Comercial	86
1,3,2	División de Información Comercial	86
1,3,3	División de Programas de Promoción Comercial	86
1,3,4	División de Operaciones de Promoción Comercial	87
1,3,5	División de Ferias y Turismo	87
1,3,6	Sectores de Promoción Comercial	87
1,3,7	Objetivos de Brasil Trade Net	87
3,2	Ministerio de Agricultura Pecuário y Abastecimiento	88
3,3	Correos de Brasil	89
4	RÉGIMEN ADUANERO DE BRASIL	89
4,1	Zona Franca de Manaus	90
4,2	Zonas de Libre Comercio	91
4,3	Zonas de Procesamiento para Exportación	92
IV	HIPÓTESIS	93
V	PROPÓSITO	94
VI	MARCO TEÓRICO	95
1	TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL	95
1,1	La Ventaja Absoluta	96
1,2	La Ventaja Comparativa	97
1,3	El Modelo Hecksher Ohlin, Teoría de la Dotación de los Factores	98
1,3,1	El Teorema de Hecksher Ohlin	99
1,3,2	Teorema de la Igualación de los Precios de los Factores	99
1,3,3	Teorema de Stolper Samuelson	100
1,3,4	Teorema de Rybczynsky	100
1,3,5	Paradoja de Leontieff	100
2	TEORÍAS ALTERNATIVAS	101
2,1	La Competencia Monopolística	101
2,2	Tesis de Linder	102
2,3	Teoría de la Brecha Tecnológica	102
2,4	Teoría del Ciclo del Producto	103

VII	METODOLOGÍA	103
1,1	Universo De Estudio	103
1,2	Unidades de Análisis	103
1,3	Tratamiento de la Información	104
1,4	Enfoque Metodológico	104
VIII	CONCLUSIONES	104
IX	BIBLIOGRAFÍA	107
X	ARTÍCULOS DE REVISTAS	107
XI	SITIOS DE INTERNET	109
XII	ANEXO N° 1	110



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

I INDICADORES ECONÓMICOS DE BRASIL

Brasil es una República Federativa, dividida en 26 Estados y un Distrito Federal, su Capital, Brasilia, que componen 5 regiones:

Norte: Conformada por 7 estados y tiene 14.000.000 de habitantes, de los cuales el 62.4 % vive en áreas urbanas.

Nordeste: Conformada por 9 estados y tiene 47 millones de habitantes, de los cuales el 65.2 % vive en áreas urbanas.

Medio Oeste: Conformada por 3 estados y tiene 11,5 millones de habitantes, de los cuales el 84,4 % vive en áreas urbanas.

Sudeste: Conformada por 4 estados y 71 millones de habitantes, de los cuales el 89,3 % vive en áreas urbanas.

Sur: Conformada por 3 estados y 23,5 millones de habitantes, de los cuales el 84,4 % vive en áreas urbanas.

Moneda: Real

Superficie Territorial: 8.511.965 Km²

Población Total: 172.000.000

Población Urbana: 81.5%

Esperanza de Vida: 68 Años

PBI Total: 548.000.000.000 U\$S

Crecimiento Anual PBI (En Los Últimos 10 Años): 2.7 %

Exportaciones: 58.000.000.000 U\$S

Exportaciones / PBI: 10.6 %

Importaciones: 57.500.000.000 U\$S

Saldo Comercial: 500.000000 U\$S

Deuda Pública: 45 %

Inflación Anual: 6 %

Desocupación: 8.5 %

Es la economía número 11 del mundo, detrás de EEUU, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, China, Italia Canadá, México y España.

El universo total de empresas está compuesto por 4,5 millones de empresas, de este total el 98 % corresponde a empresas de pequeño porte. Cerca de 60.000.000 de personas están involucradas en micro y pequeños emprendimientos. Las pequeñas empresas especialmente a lo largo de los últimos 10 años se transformaron en la gran empleadora y generadora y distribuidora de riqueza.

En los próximos 10 años, presenta un crecimiento sostenido, focalizando su economía al soporte de las grandes empresas nacionales e internacionales, apuntando a cubrir las necesidades del consumo interno de su población como así también incentivando a las exportaciones. Esto permitirá que en los próximos 50 años, pueda ubicarse como la quinta Economía mundial (América economía 19/02/04). El gobierno actual en su concepción nacionalista apoya al desarrollo de la tecnología local.

Los principales compañeros comerciales son Estados Unidos, Alemania, Japón, Italia, Holanda y Argentina

Brasil tiene 23.000.000 de personas por debajo de la línea de pobreza. De cada 6.000.000 de alumnos que comienzan la educación básica, apenas 2.600.000 llegan a segundo grado, de estos, apenas 1.800.000 terminan la educación media y solo 1.200.000 pasan a la universidad, de los cuales el 40 % desisten antes de recibirse. Solo el 6 % de los alumnos de las universidades públicas provienen de los sectores sociales más pobres.

II OBJETIVOS

- Analizar lo que hace el Gobierno Federal Brasileiro en materia de Promoción de Exportaciones.
- Identificar los principales organismos vinculados a la promoción de Exportaciones del Gobierno Federal, el Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas SEBRAE y el Servicio Social Autónomo Agencia de Promoción de Exportaciones de Brasil APEX BRASIL, sus estructuras, actividades, y funciones.

- Identificar los organismos que participan en forma secundaria en la Promoción de Exportaciones del Gobierno Federal.
- Determinar el grado de colaboración y acompañamiento que el Estado Federal Brasileño otorga a sus empresarios y emprendedores, especialmente a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales son las unidades productivas que más ayuda necesitan para crecer y consolidarse en el mercado interno y especialmente en los mercados internacionales, ya que son estas empresas las que más empleo generan, las que menos recursos tienen para investigar mercados y asistir a ferias en el exterior, las que más dificultades tienen para conseguir créditos, comercializar sus productos, etc.

III PROBLEMA DE ESTUDIO

Organismos principales y secundarios a través de los cuales el Gobierno Federal Brasileño lleva adelante las actividades de Promoción de Exportaciones.

1 SERVICIO BRASILEÑO DE APOYO A LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SEBRAE

1.1 ANTECEDENTES

El 17 de julio de 1972, por iniciativa del Banco Nacional do Desenvolvimento Económico, BNDE, y del Ministerio de Planeamiento, fue creado el Centro Brasileiro de Asistencia Gerencial a la Pequeña Empresa, CEBRAE. Nace, formalmente, la institución, dentro de la estructura del Ministerio de Planeamiento, oriunda de iniciativas de apoyo a los pequeños establecimientos realizadas en el Nordeste del País y en el BNDES.

El CEBRAE fue creado con un Consejo Deliberativo formado por el Programa de Financiamiento a la Pequeña y Mediana Empresa, FINEP y por la ABDE, Asociación de Bancos de Desarrollo y el propio Banco Nacional do Desenvolvimento Económico, BNDE, iniciando su actuación a través del gerenciamiento de varias entidades estatales ya existentes, como el IBACESC, en Santa Catarina, el CEDIN, en Bahía, el IDEG, en Río de

Janeiro, el IDEIES, en Espírito Santo, el CNDL, en Río y el CEAG/MG, en Minas Gerais. Dos años después, en 1974, el Sistema CEBRAE contaba ya con 230 colaboradores, de los cuales apenas siete en el núcleo central, y estaba presente en 19 estados.

En los primeros 15 años de existencia el CEBRAE pasó por varias fases. Cada administración procuraba imprimir un ritmo diferente de trabajo buscando cada vez más la eficiencia del Sistema a través de sus agentes de la época, estos eran, el IBACESC, en Santa Catarina, el CEDIN, en Bahía, el IDEG, en Río de Janeiro, el IDEIES, en Espírito Santo, el CDNL, en Río de Janeiro, y el CEAG, en Minas Gerais.

En 1977, el CEBRAE operaba programas específicos para las pequeñas y medianas empresas. En 1979, había formado 1.200 consultores para las micro, pequeñas y medianas empresas. A fines de los años 70, programas como Promicro, Pronagro y Propec brindaban asistencia en áreas como tecnología, crédito o mercado.

En 1982, se comienza a trabajar con diagnósticos comerciales integrados, diagnósticos sectoriales, surgen programas de desarrollo regional y programas de investigación por sectores. También, a partir de este año el CEBRAE se convierte en un nexo entre las empresas y los demás órganos gubernamentales en lo referente a los pequeños negocios.

Dentro de su estructura, el órgano central tenía la responsabilidad de analizar y aprobar o no, el programa de presupuesto de los agentes de los Estados

La organización funcionaba como sistema, con interacción intensa entre el órgano central y los agentes, con el objeto de intercambiar ideas, experiencias y metodologías.

Durante el gobierno del Presidente Sarney, el CEBRAE queda bajo la órbita del Ministerio de Industria y Comercio. Durante el gobierno del Presidente Collor, sufrió graves problemas presupuestarios al punto de estar al borde de desaparecer, el 40 % de su personal dejó la institución.

El CEBRAE se transformó en SEBRAE, Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas, el 9 de octubre de 1990, por medio del Decreto 99.570 de ese año, a partir de esta fecha queda desvinculado de la administración pública, transformándose en un Servicio Social Autónomo, constituido en forma de entidad asociativa de derecho privado sin fines de lucro.

Actualmente el SEBRAE tiene su sede y foro en la Ciudad de Brasilia, Distrito Federal y su plazo de duración es indeterminado.

1.2 ÁMBITO DE ACTUACIÓN

El SEBRAE actúa en todo el territorio de Brasil por medio de 28 Agencias distribuidas en los 26 Estados Brasileños y en el Distrito Federal, mediante acción directa o a través de unidades operacionales sistemáticamente vinculadas, formando un sistema de amplia cobertura con 600 puntos de atención en todo el país.

Tal cantidad de Agencias puede dar la impresión de ser una gran institución pero es insignificante en comparación con el número de pequeñas y medianas empresas.

Las Pequeñas y Medianas Empresas, PMES, representan el 98 % de las 4.5 millones de empresas formales de los sectores de industria, comercio y servicios. Responden por el 28 % del PBI y emplean 44 % de las fuerzas de trabajo legalmente registrada. Este universo se adiciona a las 9,6 millones de empresas informales según datos del Instituto Brasileño de Geografía y Estadística o los 14,5 millones según el Departamento Intersindical de Estudios Socio-Económicos. En estos valores no están incluidas las 4,1 millones de pequeñas propiedades rurales y de agricultura familiar. La mayoría de los 70 millones de brasileños que constituyen la Población Económicamente Activa, trabaja o tiene algún vínculo con las PMES.

Las empresas exportadoras suman un total de 19.796, de ellas el 47.9 % son micro y pequeñas empresas. Esta participación de las micro y pequeñas empresas en el comercio exterior de Brasil situó al país en el ranking número 25 de exportadores de la Organización Mundial de Comercio en el año 2004.

Las MPES son hoy el gran factor generador de ocupación, ya que las grandes empresas por la necesidad de aumentar la productividad a causa de la globalización, cada vez se automatiza más y así emplea menos mano de obra. Por lo tanto el SEBRAE es estratégico para el desarrollo del país.